

Integrated Report 2025

リンテック統合報告書

CONTENTS

価値創造ストーリー

- 2 At a Glance
- 4 「至誠と創造」のDNA
- 6 「至誠と創造」の実践
- 8 リンテックが培ってきた強み
- 10 リンテックの価値創造プロセス
- 12 社長メッセージ

戦略

- 18 長期ビジョン「LSV 2030」の全体像
- 20 マテリアリティ
- 22 SPECIAL FEATURE
 - 22 成長分野1 北米でのラベル関連事業
 - 24 成長分野2 半導体関連事業
- 27 資本強化戦略
 - 27 財務戦略 CFOメッセージ
 - 30 研究開発・知的財産戦略
 - 33 生産戦略
 - 34 DX戦略
 - 36 人材戦略
- 38 事業戦略
 - 40 印刷材・産業工材関連
 - 42 電子・光学関連
 - 44 洋紙・加工材関連

持続的成長を支える基盤強化

- 46 サステナビリティ戦略
- 48 環境
- 51 社会
- 53 IR活動
- 54 ガバナンス
- 58 独立社外取締役メッセージ
- 60 役員一覧

データ集

- 62 非財務ハイライト
- 64 財務サマリー
- 66 外部評価
- 67 会社情報／株式情報

将来の見通しに関する記述

本報告書に掲載されている業績予想などの将来に関する記述は、当社が現在入手している情報および合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その内容の正確性を保証したり、将来の計画数値、施策の実現を確約したりするものではありません。実際の業績などは今後のさまざまな要因によって異なる可能性があります。

報告対象範囲

対象組織

リンテック株式会社、国内外グループ会社

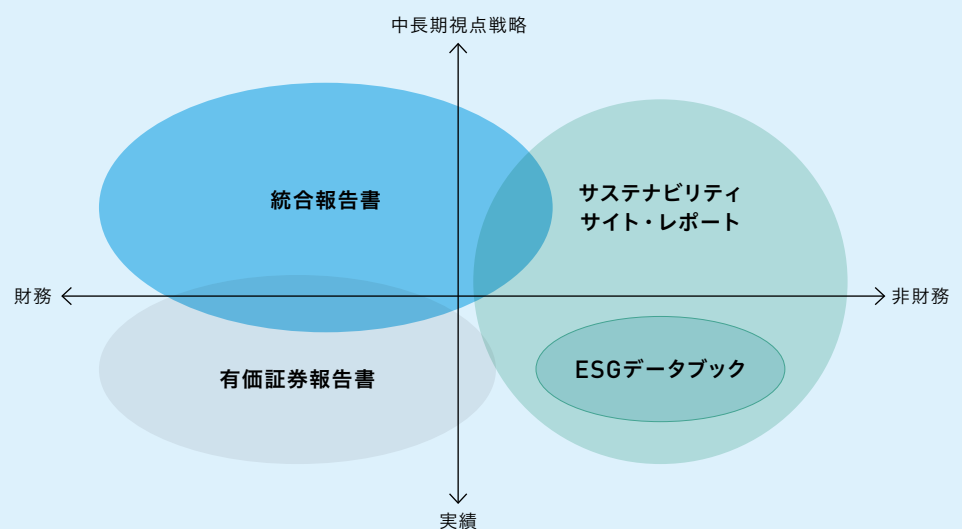
対象読者

株主・投資家を中心としたあらゆる
ステークホルダー

対象期間

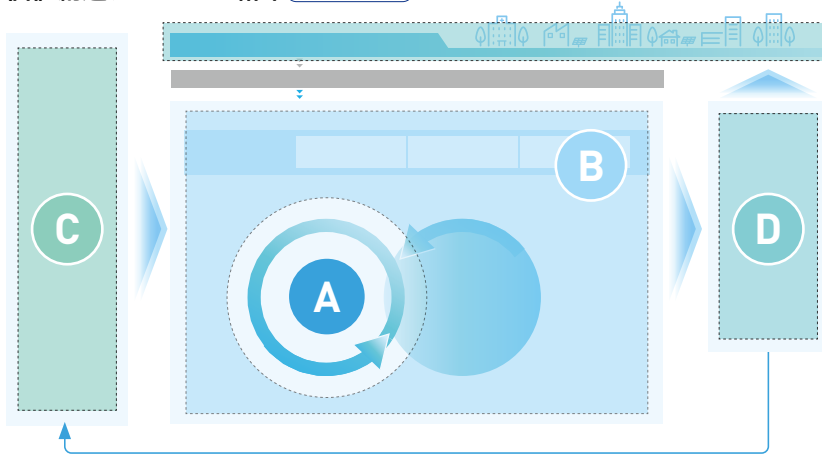
本報告書は2024年4月1日から2025年3月31日までを対象としています。一部の情報については2025年4月以降の内容を含んでいます。

リンテックの主な情報開示ツールと位置づけ



「統合報告書 2025」の読み方

価値創造プロセスの略図 ▶ P.10~11



社長メッセージ ▶ P.12~17

当社は創業以来、社是「至誠と創造」に代表される価値観を胸に、社会的課題やお客様のニーズに真摯に向き合ってきました。そして、これからもお客様にとっての「最重要かつ最強のサポーター」として、信頼され選ばれる企業であり続けます。

A 価値観と 磨き続けた力	事業活動の根幹には、社是「至誠と創造」の精神があります。これは、「いつの時代も世の中の役に立ち、喜ばれることを追求する」という、モノづくり企業としての原点を体現したものです。	価値観と、長い歴史の中で培ってきた強みについてご紹介します。 ▶ 価値創造ストーリー ▶ P.2~17
B 強みを生かした 成長戦略と 事業活動	Aを基盤に、社会的課題や市場ニーズを踏まえて策定した長期ビジョン、中期経営計画、マテリアリティを成長戦略として位置づけています。その戦略と営業・研究・生産の三位一体を特徴とする事業活動が結びつくことで好循環が生まれ、持続的な価値創造を実現しています。	成長戦略とそれに基づく事業戦略、ESGの取り組みについてご紹介します。 ▶ 長期ビジョン、中期経営計画、マテリアリティ ▶ P.18~21 ▶ 事業戦略 ▶ P.38~45 ▶ 持続的成長を支える基盤強化 ▶ P.46~61
C 経営資本	経営資本は、当社の競争優位の源泉であり、成長戦略や事業活動の実行を通じてさらに強化されていきます。	重視する経営資本の内容とその強化戦略についてご紹介します。 ▶ 資本強化戦略 ▶ P.27~37 ▶ 環境、社会、IR活動 ▶ P.48~53
D 目指す姿	AとBを軸とする事業活動により、「持続可能な社会」の実現と企業としての持続的成長を両立させることを目指しています。	目指す姿の詳細をご紹介します。 ▶ 長期ビジョン、中期経営計画、マテリアリティ ▶ P.18~21

編集方針

統合報告書は、株主・投資家をはじめとするステークホルダーの皆様へ、持続的成長と事業活動を通じて持続可能な社会の実現に貢献することを目指す当社グループについてご理解を深めていただくことを目的としています。各種ガイドラインを参考に業績・財務情報だけではなく、これまで築き上げてきた人的資本や技術開発力など、財務諸表には載らない“見えざる資産”についてもご紹介しています。特に「統合報告書 2025」では、当社グループの強みを生かした価値創造の道筋や報告書全体を通じた情報の結合性を意識したほか、投資家の皆様から多く寄せられる質問に応えるコンテンツを拡充する構成といたしました。なお、当社ホームページやサステナビリティレポートには、本報告書にはない情報も掲載しておりますので併せてご参照ください。

参考にしたガイドライン

IFRS財団：「国際統合報告フレームワーク」

経済産業省：「価値協創ガイダンス」

数字で見るリンテック
(2025年3月期)

粘着素材と特殊紙の リーディングカンパニー

当社は1927年、包装用ガムテープの製造・販売で創業以来、粘着製品や関連機器、特殊紙など、さまざまな分野に事業領域を拡大しながら、今日まで着実に進化を遂げてきました。これはひとえに時代のニーズを敏感に捉え、技術開発力をもって着実に“答え”を出してきたからに他なりません。社会的課題が複雑化する現代においても、社は「至誠と創造」を胸に、各業界におけるリーディングカンパニーとして、新たな価値の創出に挑み続けていきます。

連結売上高

3,160 億円

連結営業利益

246 億円

粘着製品の一貫生産を 実現するビジネスモデル

当社が競合他社と一線を画している最大の特徴は、粘着製品における一貫生産体制です。右図で示すように、粘着製品は、表面基材、粘着剤、剥離紙・剥離フィルムの3層で構成されています。当社では粘着剤の開発・塗工だけでなく、剥離紙用原紙の製造から基材の表面加工に至るまでの工程を自社でトータルに手がけています。粘着素材の特徴を最大限に引き出す関連装置の開発・製造を含め、お客様の要望に細かく対応し、一品一様のカスタマイズ製品を提供できる独自の体制が、当社の競争力の源泉となっています。

粘着製品の基本構成



連結従業員数

5,311人

海外売上高比率

64%

国内外特許保有件数

6,199件

連結子会社数

40社

グローバル展開

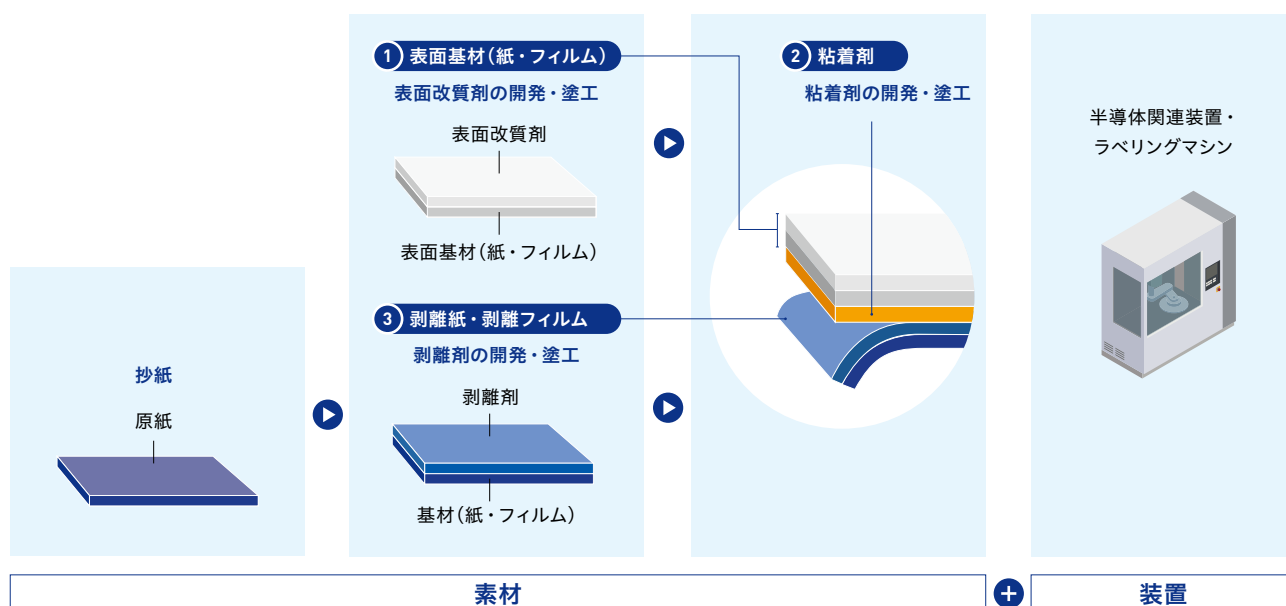
18ヶ国・地域

環境配慮製品開発件数
(単体)

73件

粘着製品の一貫生産体制／素材と装置のトータル提案

粘着製品の一貫生産体制



「至誠と創造」のDNA

● ニーズを捉える

1900年頃、梱包や輸送の手段としては主に木箱が使われていました。しかし、第一次世界大戦(1914年～1918年)による産業の活況や関東大震災(1923年)後の復興需要のほか、戦時中で木材や釘、帯鉄などが不足していた事情などもあって、強度に優れる段ボールの需要が急速に拡大し、封函するテープの需要も伸長しました。



モノづくりの 会社としての原点

リンテックはいつの時代もどうすれば世の中への役に立ち喜ばれるかを考え、常に誠実に、革新の気概を持って新たな挑戦を繰り返してきました。長年にわたって培ってきたこの社風を受け継ぎながら、未来を切り拓き、社会に“なくてはならない会社”であり続けます。



創業者
塩飽 啓祐

ニーズを
捉える



ニーズに
応える

● ニーズに応える

梱包や輸送の手段としての主役が木箱から段ボールに置き換わり始めたことを受け、1927年4月創立の不二商会*が切手のように水をつけて貼るガムテープの製造・販売を開始します。これが当社の粘着技術や精密薄膜塗工技術の原点となっており、この技術を継承・発展させながら今日に至っています。

* 1934年に「不二紙工株式会社」を設立し、1984年、「FSK株式会社」に商号変更



Capture

社 是

至誠と創造

経営理念

社名の「リンテック」、すなわち“リンケージ(結合)”と“テクノロジー”
および社は「至誠と創造」に裏付けされる人の和、技術開発力を
基軸とし、国内・海外の業界において、誰からも信頼される力強い
躍動感あふれる会社として社会に貢献し、株主各位・顧客・社員家族の
期待に応える斬新な経営を推進します。

明日を考え、今日を築こう
For tomorrow we build today

Answer

「至誠と創造」の実践

お客様のニーズを的確に捉え、技術開発力でカタチにする。この姿勢はメーカーとして決して珍しいことではないかもしれませんが、それでも、当社は創業以来、この姿勢を大切に守り抜き、後世に受け継いできたからこそ、今日まで成長を遂げてきました。このDNAは不変的な価値であり、「至誠と創造」の実践でまだ見ぬ未来を創り上げていきます。

社会的ニーズや背景 木箱に変わる段ボールの普及

クラフト紙に水溶性の接着剤をコーティングし、切手のように水をつけて貼るガムテープの製造・販売で創業。その後、合板用ガムテープやシール・ラベル用ガムテープなど製品ラインアップを拡充。



ガムテープ

社会的ニーズや背景 高度経済成長期における物流件数の増大

1961年に当時の蔵工場（埼玉県）で段ボールの自動封函機の製造を開始。1962年には自動包装機（段ボール自動封函機）製造部門を立ち上げ、ガムテープと組み合わせたシステムセールスをスタートし、ソフト（素材）とハード（装置）のトータルソリューションでお客様の課題を解決する現在のビジネスモデルの礎を築く。



当時の蔵工場

1927年

1960年代

1970年代

1980年代

社会的ニーズや背景 二輪車や自動車の販売台数増加

車体ストライプや看板に使われる“貼るペイント”マーキングフィルムなど、粘着素材の新たな用途開発を推進し、工業分野に積極進出。そのほかにも、1970年代から1980年代は「成長事業参入期」としてラベリングマシンやガラスの安全性を高める建物用ウインドーフィルムの開発・製造など、相次いで新規事業の開拓を図る。



マーキングフィルム

UV硬化型
ダイシングテープ



社会的ニーズや背景 「日の丸半導体」が世界を席卷

紫外線（UV）による粘着力の低下という現象に着目し、UV照射により粘着力をコントロールするUV硬化型ダイシングテープを業界で初めて開発。半導体関連分野に本格参入する。ダイシング時は強い粘着力で確実に半導体チップを固定し、切断後にチップをピックアップする際はUV照射により粘着力を弱めることで、容易に剥がすことができる。半導体業界に大きな革新をもたらすとともに、現在でも主力製品の一角を担う。

▶ P.24



3社合併によって「リンテック株式会社」が誕生

高度な粘着技術を有するメーカーと特殊紙の抄造技術および剥離紙・剥離フィルムの製造技術を有するメーカーとの垂直統合。今日における事業基盤を構築。

FSK株式会社

粘着製品などの
製造・販売

+

四国製紙株式会社

特殊紙や剥離紙などの
製造・販売

+

創研化工株式会社

粘着紙や剥離フィルム
などの製造・販売



リンテック株式会社

社会的ニーズや背景 環境問題への意識の高まり

地球温暖化や気候変動といった環境問題への意識の高まりを受けて、環境負荷が少ない環境配慮製品の開発・提案に注力。ラベル素材では、リユースやリサイクルに対応したきれいに剥がせるタイプのほか、再生PET樹脂を使った製品、有機溶剤を使用しないエマルジョンタイプの粘着剤を採用した製品などを販売。

▶ P.48



OA機器などのリユースや
リサイクルに対応したラベル素材

1990年

2000年代

2010年代

2020年代

社会的ニーズや背景 スマートフォンの普及と高機能化

円盤状のシリコンウェハの裏面を薄く研磨する際に表面の回路を保護するテープやウェハを一つ一つのチップに切断する際にリングフレームに固定するテープ、これらを貼付・剥離する関連装置といった半導体製造の後工程で使用される当社製品の需要が、スマートフォンなどの最終製品の薄型化や高機能化、大容量化などに伴って拡大。

▶ P.24



ウェハ表面保護テープ

Welsurt
Wellbeing, sustainable and smart



社会的ニーズや背景 複雑化・多様化する環境や社会的課題

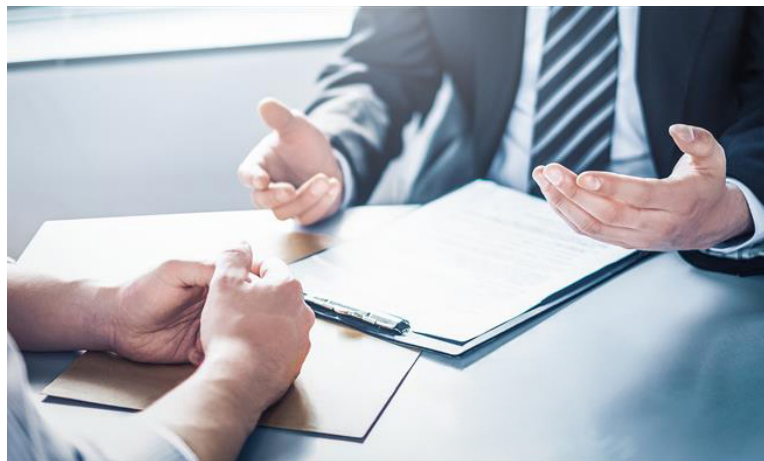
2022年7月にパーパスブランド「Welsurt」^{ウェルサート}を発表。これまでに培ってきた独自の粘着技術や剥離技術、抄紙技術などに新たなテクノロジーを融合させることで「環境」と「社会」に関する課題を解決し、新たな価値創造につなげる動きを強化。省エネルギー、創エネルギー、海洋資源保全、情報通信・エレクトロニクス、モビリティ、医療・介護といった分野を中心に、新製品・新事業の創出を目指す。

リンテックが培ってきた強み

01

ニーズを的確に 捉える力

リンテックは、常にお客様に寄り添い、お客様の持つあらゆるニーズに誠意を持ってお応えすることで成長を遂げてきました。



新製品
売上高
比率

27.7%

参加
展示会数

39件

(2025年3月期)

02

技術開発力

四つの基盤技術と多彩な製品が「粘着製品の一貫生産」や「素材と装置のトータル提案」を可能としています。



開発
製品数

3,441

特許保有
件数

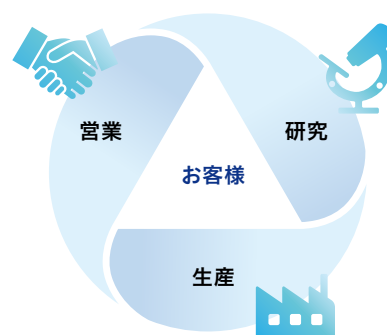
6,199件

(2025年3月期)

強みを生み出す 三位一体の体制

日々お客様と向き合う営業部門、
新たな技術・製品を創出する研究開発部門、
高品質な製品を安定的に供給する生産部門が
中心となって事業活動を展開しています。

顧客ニーズを的確に把握するために研究員が営業に同行してお客様を訪問したり、課題解決に向けて営業や研究員が生産現場に赴いたり、開発から販売までの各プロセスにおいて営業、研究、生産が三位一体で取り組むことで、当社独自の価値を創造しています。



強みを生み出す 四つの基盤技術

四つの技術を基盤とし、さらにそれらを
高次元で融合させることによって、
より差別化された製品を生み出しています。

粘着応用技術

粘着剤、各種基材の開発およびその複合技術により、「貼る」「剥がす」という粘着製品の基本機能の応用領域を拡大します。

表面改質技術

紙やフィルムの表面に化学的・物理的処理を施すことで、その性能を高めたり、新たな機能を付加したりします。

システム化技術

機械・装置のシステム化をはじめ、素材の特性を生かした高度なシステム構築で、先進のソリューションをご提案します。

特殊紙・剥離材 製造技術

独自の抄紙技術や塗工、含浸、貼合技術などを駆使し、従来の紙の概念を超える特殊機能紙や高付加価値材を開発します。

リンテックの価値創造プロセス

創業から現在に至るまで、当社グループは技術力や多様な人材、ステークホルダーとの信頼関係など数多くの“資産”を築き上げてきました。社は「至誠と創造」の下、これらの資産を活用してさまざまな製品を開発・製造・販売し、社会やお客様の課題解決に貢献しています。

経営資本

財務資本
(P.27～29参照)

強固な財務基盤
自己資本比率 72.1%

人的資本
(P.30～31、P.36～37参照)

多様な人材と企業風土
従業員数 5,311人

研究開発体制
研究員 約200人

知的資本
(P.30～32、P.34～35参照)

四つの基盤技術と応用技術
保有特許件数 6,199件
研究開発費 101億円

DX推進

製造資本
(P.33参照)

グローバル生産・販売体制
設備投資額 206億円

自然資本
(P.48～50参照)

地球環境の調和
原材料 219.7千t
エネルギー総使用量 85千kl

社会関係資本
(P.51～53参照)

ステークホルダーとの信頼関係
機関投資家・アナリスト面談 延べ311社

サステナブルな社会

社会的課題／市場ニーズ

事業活動

サステナブルな社会に
貢献するための

長期ビジョン「LSV 2030」
▶ P.18参照





実現に貢献

OUTCOME

社会的価値

SDGs達成への貢献



経済的価値

強固な財務基盤の維持と
資本効率の向上

etc.

再投資

中期経営計画

▶ P.19参照

マテリアリティ

▶ P.20～21参照

高度な
カスタマイズ製品の創出

信頼に基づいた
強固で幅広い
顧客基盤の獲得

A full-length portrait of Masahito Hattori, the CEO, standing against a blue background with a light green gradient on the left. He is wearing a dark blue pinstripe suit, a white shirt, and a blue patterned tie. His hands are clasped in front of him.

CEO Message

社長メッセージ

代表取締役社長
社長執行役員

はっとり まこと
服部 真

社会やお客様のニーズを 的確に捉えることで、 力強い成長を持続させます。

2025年3月期の振り返り

中期経営計画(中計)「LSV 2030-Stage 2」の初年度となった2025年3月期は、原燃料価格や物流コストが引き続き上昇傾向にありましたが、半導体・電子部品関連製品が好調な需要に支えられて大きく伸長したことに加え、米国においてシール・ラベル用粘着製品の販売数量が回復したことなどもあり、前期に比べて大幅な増収増益を達成しました。また、オプティカル材事業における韓国および台湾の生産子会社の解散や洋紙事業の減損損失の計上など、事業ポートフォリオの最適化にも取り組み、収益性の改善を図りました。

地政学リスクや米国の政権交代に伴う関税政策の影響など、私たちを取り巻く外部環境は依然として不透明さを増していますが、そのような経営環境の中で

も好調な業績を達成できたのは、日々の業務に真摯に向き合い、地道に努力を重ねてくれた全グループ社員のおかげです。加えて、リンテックの製品をご愛顧いただいているお客様、原材料を提供していただいたサプライヤー、協力会社など、ステークホルダーの皆様に心から感謝しています。

今期(2026年3月期)は、中計の2年目であるとともに、2030年3月期を最終年度とする長期ビジョン「LSV 2030」の中間点だと捉えています。サステナブルな企業であり続けるためには、2030年だけを見据えるのではなく、その先の2050年、さらには次世代へと続く未来を描いた事業運営が必要だと考えています。私はその責任の重さを真摯に受け止め、挑戦を先導していきます。

長期ビジョンの実現に向けて

当社がさらに飛躍・成長していくためには、「LSV 2030」の目標を達成することがきわめて重要だと考えています。「LSV 2030」では、経済的価値と社会的価値の両輪でありたい姿を掲げています。

経済的価値である財務指標として目下の最重要ターゲットに設定しているのがROEです。中計最終年度の2027年3月期に8%以上、さらに長期ビジョンの最終年度である2030年3月期には10%以上という目標を

掲げている一方で、2025年3月期のROEは6.1%にとどまっています。私たちは目標達成に向けて収益性の向上と資本効率の向上という大きく二つの柱で取り組みを進めています。

とりわけ収益性の向上という観点では、既存製品における営業・研究・生産の三位一体によるQCDの強化、すなわち市場のニーズを超える高品質化、コスト競争力のあるモノづくり、供給体制の強化による高収益化を目指しています。さらに、各事業部門において収益性が高く他社の先を行く新製品を数多く開発し、市場に投入していくことが将来の成長の鍵を握ると考えており、研究開発への投資を戦略的に行うことで、お客様のニーズに応える革新的な製品の創出を加速していきます。このほか、抜本的な構造改革と事業

ポートフォリオの最適化、DXによる開発・製造・物流・業務プロセスなどの変革にも積極的に取り組んでいきます。

取り組みが計画どおりに進捗すれば、「LSV 2030-Stage 2」のROE8%以上という目標を達成できると考えています。むしろ、8%という水準は通過点であり、グローバル企業として今後さらに高いROE水準を目指していかなければなりません。

また、取り組みを進めるに当たっては、社会的価値で定めている「サステナブルな社会の実現への貢献」が前提となります。これら経済的価値と社会的価値の両輪で確実に結果を出すことがステークホルダーの皆様からの信頼をさらに高め、次なる高みへの挑戦を可能にする基盤となると捉えています。

現在のニーズに対する戦略的な取り組み

当社はBtoBの事業を主軸としており、その役割は、お客様の声に耳を傾け、市場を深掘りすることで新たな需要が生まれ、お客様が持続的に成長されることを全力で下支えすることにあります。つまり、お客様にとって「最重要かつ最強のサポーター」であることが、当社が選ばれる前提条件だということです。そのためには、社会やお客様が求めるニーズを敏感に察知し、迅速かつ的確に対応していくことが不可欠です。

現在、環境への関心の高まり、シール・ラベル製品の海外需要の増加、半導体の高度化の三つのニーズへの対応力を強化しています。

環境目標の積極的な追求

サステナブルにビジネスを展開するうえで、環境問題はグローバルレベルで真摯に向き合うべき最大のテーマです。「LSV 2030-Stage 2」においても、この環境課題への取り組みを最重要テーマの一つとして位置づけています。

CO₂排出量削減については、「LSV 2030-Stage 1」での目標を前倒しで達成し、現在は「2030年3月まで

に75%以上削減(2013年度比)」という一段高い目標に上方修正したうえで、達成に向けて取り組んでいます。単に環境対応を目指すだけでなく、品質や生産効率の向上を合わせた設備投資を進めています。

環境配慮製品の開発・拡販も重要です。プラスチック代替素材の分野では、独自の特殊紙製造技術を活用した製品を実用化しています。また、剥離剤および粘着剤においては有機溶剤を使わない無溶剤化の推進を図るとともに、シール・ラベルが貼られた製品の使用後のリサイクル適性向上に貢献するモノマテリアルラベル素材などの拡販にも注力しています。これらの取り組みは、当社の基盤技術を応用することで、持続可能な社会の実現に貢献するものです。使用済み剥離紙のリサイクルシステム構築を目指し、ラベル循環協会「J-^{ジェーコル}ECOL」にも参画し、サプライチェーン全体で循環型社会の実現を目指しています。

CO₂排出量削減や環境配慮製品の開発・拡販は簡単ではありません。しかし、この挑戦的な目標に向けて取り組む過程で生まれる技術的イノベーションこそが、「LSV 2030」で謳っている「イノベーション」を体

現し、持続的成長につながると確信しています。今後
も全社を挙げて取り組みを加速するとともに、積極的
な投資を行っていきます。

 詳細はP.48～50「環境」を参照

成長を見込む北米ラベル市場

当社の海外売上高比率は6割を超え、既にグローバル企業としての基盤を確立していますが、今後さらにグローバル市場での競争力を高めるためには、市場ごとの特性やニーズの違いに柔軟に対応することが不可欠です。各地域の文化や規制、お客様の要求は多様であり、日本で開発・製造した製品をそのまま展開できないケースも少なくありません。当社の技術力を生かして、地域ごとのニーズに最適化した製品開発を推進しています。

中でも大きな成長を見込んでいるのが北米ラベル関連事業です。粘着ラベル市場として、アジア・太平洋地域や欧州に次いで、北米は3番目に大きな市場規模であり、今後も人口増加に伴う成長の伸びが期待できます。マックタック・アメリカ社はのれん償却負担の影響で営業赤字が続いていますが、同社は環境負荷の少ないホットメルト粘着剤の処方技術や高速塗工

設備など、高度な技術を有しています。これらの強みを生かすことで、近い将来に当社グループの業績向上にも大きく貢献すると考えています。

 詳細はP.22～23「成長分野1」を参照

半導体関連事業の深化と拡大

半導体分野においては、現在、EUV露光機用CNT（カーボンナノチューブ）ペリクルの量産体制を2026年3月期中に確立させるプロジェクトが進行中です。加えて、2024年3月期の後半から生成AI向けHBM（広帯域メモリー）関連でも需要が高まっています。しかし、これに満足することなく、当社の技術を生かせる領域をさらに広げていくことが重要だと考えています。だからこそ、お客様のニーズを徹底的にリサーチし、数年先の未来に求められる可能性が高い製品を迅速に開発・提供する体制を強化しています。また、半導体技術は今後もより微細化・高集積化の方向へと進化していくことが予想されます。既存領域だけでなく、半導体市場の最先端領域にも積極的に挑戦し、半導体製造プロセスにおける当社製品の活用領域のさらなる拡大を目指していきます。

 詳細はP.24～26「成長分野2」を参照

将来のニーズへの先手対応

お客様との対話から生まれる価値創造

先行きが不透明な時代においても持続的な成長を実現するためには、顕在ニーズに対応だけでなく、潜在ニーズを察知し、それを先回りして製品・サービスへと反映していくことが求められます。

こうしたアプローチの元となるのは、リンテックの強みの根源である、お客様との深いコミュニケーションだと信じています。このような考えに至った原点には、私が入社当初に経験した出来事が関係しています。

1980年、私は当社の前身である不二紙工株式会社に営業職として入社しました。その頃は粘着製品についての知識が乏しく、アドリブ力にも自信がなかった

め、営業職としての適性に悩んでいました。そんな私に当時の上司が「口がうまいことが良い営業ではない。誠実にお客様のことを考えることが良い営業だ」と言ってくださったのです。この言葉が私を勇気づけ、そして40年以上経った今も私の心に深く刻まれています。この教えを胸に、商談の成果が思うように出なかった時期も、「お客様は今何が必要なのか」を常に考えました。何度もお客様の元に足を運び、さまざまな声に耳を傾けるうちに、徐々にお客様の課題や要望が見えてくるようになりました。今度はそのニーズに合った製品をご紹介できるよう社内の研究開発や生産部門とも連携するなど、「集合知」を活用しながら提案の幅を広げ

ていきました。その過程でお客様からの関心も徐々に高まり、信任を得られているという手応えを感じるようになりました。

リンテックの真髄は、このようにお客様との対話を起点としてニーズを把握し、それを社内のさまざまな部門と一体となって本質的な課題解決につながる製品をつくり上げる点にあります。こうした顧客起点のイノベーションの連鎖こそ、当社の持続的な成長を支える原動力です。まさに社是の「至誠と創造」を体現する取り組みと言えます。

全社一体となった研究開発体制

このエピソードが示すとおり、当社における新製品・新事業創出は、専門的な技術系社員だけが担うものではありません。研究開発本部を中心としながらも、事業統括本部内にも新製品・新事業開発を目指す組織を設けており、営業・研究開発・製造現場の各部門がそれぞれの視点から技術開発に貢献できる体制を構築しています。この全社横断的なアプローチこそが、変化の激しい時代においてもお客様の多様化するニ

ズや世の中の変化を的確に捉え、迅速に対応するための鍵となっています。現場の声を直接、製品開発に生かすことで、理論だけでは生まれない実用的なソリューションを提供できるのだと考えています。

近年では、当社が長年蓄積してきた独自技術と外部の知見を掛け合わせるオープンイノベーションにも積極的に取り組んでいます。新規事業創出をミッションとしたインキュベーションセンター「ARCH^{アーチ}」への参画はその代表例です。この共創の場では、異業種の会員企業とのコミュニケーションを通じて、当社の技術や製品が全く新しい分野での課題解決に貢献できる可能性を見出すことができました。こうした活動から得られたアイデアは研究所や各事業部門と共有し、知の連携と事業化への確度を高めています。不確実性が高まる現代において、企業間の共創活動はますます重要性を増しています。外部からの多角的な視点を積極的に取り入れることで、社会やお客様が求める多様なニーズに対応できる革新的な製品・サービスの創出を加速していきます。

 詳細はP.30～32「研究開発・知的財産戦略」を参照

スピードを生む仕組み

新製品・新事業創出を加速するDX

新製品開発において、当社は組織と技術力の両面で着実に進化していると自負しています。しかしながら、急速に変化する市場ニーズに迅速に対応するためには、研究開発のさらなるスピードアップが不可欠です。その鍵を握るのがデジタルトランスフォーメーション(DX)の推進です。

特に重要視しているのが、研究開発本部が長年蓄積してきた膨大なデータベースを、最新のDXツールを活用して開発プロセスに効果的に組み込んでいくことです。これまでは研究員個人の経験や勘に依存しがちだった材料配合の検討作業も、AIを活用したデータ分析によって、より高い精度と大幅な時間短縮を実現できるようになっています。また、部門をまたいだ情報共

有も進めており、多角的な視点を集結して新製品・新事業創出を目指しています。

 詳細はP.34～35「DX戦略」を参照

強みとなる団結力

お客様とのコミュニケーションから生まれるイノベーションと並んで、当社の強みの源泉だと感じているのが、ここぞという時の団結力です。部門を超えた協力体制や柔軟に連携する風土が根付いていることに加え、全社員のベクトルが同じ方向に向いていることを誇りに思っています。

近年、原燃料価格の高騰をはじめとする非常に厳しい市場環境の中で、営業担当者にはお客様への価格改定をお願いするという難しい役割を担ってもらいま



した。こうした場面では、時にお叱りを受けることもあり、逃げ出したくなる気持ちにもなるでしょう。しかし、私はあえて踏み込んで対応するよう社員に伝えてきました。お客様から距離を置いてしまうとコミュニケーションが途絶え、お客様が真に必要なとしているものが見えなくなってしまうためです。

当社の社員はたとえ困難な状況でも物事の本質を認識し、率先して行動に移してくれます。社員が会社

としての方針や考え方を理解し、一丸となって行動する—この団結力こそが当社の推進力を高める特徴だと確信しています。もし社員が同じ考えを共有できていない場面があるとすれば、それは情報を発信する私自身の責任です。会社としての考えを社員に理解してもらえよう、私自身も発信の仕方や表現方法をさらに改善していかなければならないと考えています。

株主・投資家へ向けたメッセージ

不確実性が一層高まる経営環境の中にあっても、当社は社会的課題の解決と業績向上の両立に向けて力強く歩みを進めています。その取り組みを推進する中で、当社と関わりを持っていただいている全てのステークホルダーの皆様と徹底してコミュニケーションを重ねていくことが持続的成長の礎になると改めて認識しています。当社がこれまで成長を続けることができたのは、ステークホルダーの皆様との対話があったからこそです。皆様から頂く率直なご意見やご期待が、当社の成長の糧となり、イノベーションを生み出す源泉となっています。私は社長として、社員一人ひとりがステークホルダーの皆様との対話に積極的に取り組み、より強固な信頼関係を構築していけるよう、私自身も新入

社員時代の教えを実践すると同時に全面的にバックアップしていく所存です。

当社は霧が深く立ち込めるような状況でも、株主・投資家の皆様との対話を深めることで、明確な方向性を打ち出し、進むべき道を切り拓いていくことができると確信しています。今後ともこれまで以上の力強いご支援を賜りますよう、心よりお願い申し上げます。

代表取締役社長
社長執行役員

服部 真